



Objetivo do endomarketing: alcançar as metas do negócio

Veja o objetivo do endomarketing para empresas, gestores, colaboradores e clientes. E mais, entenda sua importância estratégica!

Quando se fala em endomarketing, muitas pessoas não sabem que esse termo foi criado por um brasileiro, o professor [Saul Bekin](#), mestre em Gestão Estratégica e professor de escolas de MBA, como [FIA](#) e [Ibmec](#).

Segundo o professor, em linhas gerais, podemos dizer que o objetivo do Endomarketing é:

Promover o comprometimento e a produtividade, alinhando com os

colaboradores da empresa as estratégias de negócios da organização com o objetivo de construir valor.

Assim, fica claro que mais que uma iniciativa de comunicação interna, como a mera distribuição de cartilhas, jornais corporativos, criação de intranets ou campanhas de e-mail, o endomarketing tem uma importância estratégica para os negócios.

Tanto isso é verdade que empresas como **Gerdau**, **CPFL** e **Brasken**, por exemplo, são reconhecidas por usar adequadamente o endomarketing com auxílio dessas ferramentas citadas no parágrafo anterior (entre outras) para atingir seus objetivos organizacionais.

Um **exemplo prático** de um objetivo do endomarketing poderia ser a implementação do [processo de vendas](#) em uma empresa.

Nesse contexto, o endomarketing será a maneira de fazer os **funcionários e vendedores** entenderem todo o processo de vendas que foi elaborado e, por meio de **reuniões, treinamentos, materiais impressos, apresentações de slides** etc., fazê-los compreender sua [importância para o plano de negócios](#) da empresa.

Para entender melhor como criar um processo de vendas e colocá-lo em funcionamento em seu negócio, baixe nosso e-book: [Guia: como elaborar e implementar o processo de vendas](#).

Antes de prosseguir, dê uma olhada nesta apresentação interessante que encontramos no Prezi, aberta para a consulta de todos:

Objetivos do endomarketing

Como dissemos, o endomarketing tem uma função estratégica importante, que visa **alinhar expectativas** e buscar maneiras de [como motivar funcionários](#) para seguirem os **valores**, se

adaptarem à **cultura** e atingirem as **metas corporativas**.

E isto se dá em relação a diferentes grupos de **stakeholders**. Veja os objetivos do endomarketing para cada um deles.

Objetivo do endomarketing para a empresa

Toda empresa tem um **planejamento estratégico** com o fim de atingir suas metas no período e de realizar a visão da empresa, em **longo prazo**.

Para isso, diversos planos setoriais, como o **plano de marketing da empresa**, o **plano de vendas**, o plano de **administração financeira da empresa**, **planos de metas**, **planos de ações** e muitos outros, são desenvolvidos.

Mas, para transformar o que foi planejado em ações efetivas, é preciso que todas as áreas da empresa, equipes e colaboradores, conheçam adequadamente algumas definições importantes:

- **Os valores da empresa:** aquelas crenças e atitudes que devem pautar o comportamento de todos.
- **Sua missão:** a razão de ser da empresa, o benefício que ela deseja entregar à sociedade.
- **Visão:** aonde a empresa quer estar em longo prazo, geralmente em 20 anos, aproximadamente.

Além desses conceitos estipulados pela organização, é **função do endomarketing** fazer com que o plano estratégico e os planos de ação sejam compreendidos por todos aqueles que devem executá-los.

E isso deve se dar conforme a cultura da empresa, envolvendo diretamente **processos de RH** bem estruturados e abrangentes, promovendo o engajamento de todos.

Para resumir, podemos dizer que essa comunicação deve obedecer a alguns princípios que ajudam a obter os melhores resultados:

- **Comunicação de mão dupla:** quem fala, deve ouvir o outro
- **Comunicação lateral:** entre pares e áreas diferentes
- **Comunicação de cima para baixo e de baixo para cima:** a comunicação de líderes e liderados tem o mesmo nível de importância
- Transparência na informação
- Usos de diversos canais de comunicação
- Feedback constante

Veja também: [9 dicas simples de comunicação no ambiente de trabalho](#)



O endomarketing deve dar voz à empresa, aos líderes, aos colaboradores e aos clientes

Objetivo do endomarketing para empreendedores, líderes e gestores

Quem ocupa um cargo de liderança e sabe usar o endomarketing adequadamente conseguirá melhores resultados com sua equipe, mais engajamento e colaboração.

Portanto, podemos dizer que o objetivo do endomarketing para estes profissionais será **melhorar o desempenho de suas equipes**, ampliar a **capacidade de execução** de tarefas, aumentar seu poder de **liderança**, conseguir **mais ideais** e **motivar** seus subordinados, entre outros.

Objetivo do endomarketing para funcionários

Depois de tudo que abordamos, fica claro que os colaboradores serão valorizados pelo endomarketing, **reconhecidos** como peças importantes que devem estar a par dos objetivos estratégicos da empresa para poder executar suas tarefas com mais precisão e produtividade.

Assim, podemos relacionar os seguintes objetivos do

endomarketing para os colaboradores:

- Conhecer as diretrizes estratégicas da empresa
- Trocar informações entre si
- Conseguir as informações que precisam de outras áreas da empresa
- Serem ouvidos e poder expressar suas opiniões e ideias
- Receber feedback
- Ter acesso a dados e sistemas de informações ágeis e atualizados
- Promover a integração entre os colaboradores
- Melhorar o clima organizacional
- Incentivar o trabalho em equipe
- Aumentar a colaboração entre áreas

Saiba mais: [Comunicação interna e endomarketing: mantenha equipes bem informadas](#)

Objetivo do endomarketing para clientes finais

Se a organização consegue disseminar sua **missão, valores** e a **importância de seus planos** estratégicos, táticos e operacionais, aumentando o **engajamento**, a **colaboração** e o atingimento de **resultados**, obviamente os clientes serão beneficiados com melhores produtos e serviços entregues pela empresa, atendendo seus desejos e necessidades.

Nesse contexto, os objetivos do endomarketing para os clientes são:

- Alcançar maior satisfação ao comprar produtos e serviços
- Perceber um maior valor nas soluções ofertadas pelas empresas
- Ser reconhecido como o beneficiário final da cadeia produtiva
- Ser ouvido de forma ética e profissional
- Ter sua privacidade respeitada
- Só receber comunicações pessoais e diretas quando tiver autorizado

- Não ter seus dados colhidos ou repassados sem autorização
- Ter à sua disposição canais ágeis e transparentes de comunicação e de atendimento pela empresa
- Ter seus direitos de consumidor respeitados e valorizados

Como você pode ver, o endomarketing traz benefícios para diversos integrantes da cadeia produtiva e comercial, dentro e fora das empresas.

Ainda não está satisfeito, quer **mais informações sobre o objetivo do endomarketing?** Assista a este vídeo do professor Saul Bekin e consolide seus conhecimentos sobre o assunto: